

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

**УТВЕРЖДЕНО**

решением Ученого совета факультета  
культуры и искусства  
от «18» июня 2020 г. протокол № 12/217

Председатель  Т.А. Ившина  
*(подпись, расшифровка подписи)*  
«18» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина	Плакатная графика
Факультет	культуры и искусства
Кафедра	дизайна и искусства интерьера
Курс	3

Направление (специальность) 54.03.01 «Дизайн»

*код направления (специальности), полное наименование*

Направленность (профиль/специализация) профиль «Дизайн интерьера»

*полное наименование*

Форма обучения очно-заочная

*очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)*

Дата введения в учебный процесс УлГУ:

«01» сентября 2020 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 11 от 11.06.2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Рощупкин А.И.	дизайна и искусства интерьера	доцент

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий выпускающей кафедрой

 /Е.Л. Силантьева /  
*Подпись* *ФИО*

«18» июня 2020г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание курса «Плакатная графика» включает темы, позволяющие студентам рассмотреть в исторической ретроспективе культурные, социально-политические и экономические предпосылки становления и развития жанра плаката, прогнозировать актуальные направления развития плаката как синтетического жанра графического дизайна и рекламы.

### Цели освоения дисциплины:

Освоение студентами методов и технологий создания плаката; умение использовать плакатную графику как элемент эффективной коммуникативной среды рекламы; воплощать различные художественные образы средствами плакатной графики с учетом психологии восприятия потребителей.

### Задачи освоения дисциплины:

- раскрыть сущность понятия «плакат»;
- познакомить с историей становления и развития жанра плаката;
- выявить технические, стилистические и идеологические особенности рекламного плаката в разные исторические периоды;
- познакомить с наиболее значимыми отечественными и зарубежными произведениями в жанре плаката, с авторами, работавшими в этой области художественной культуры;
- развить навыки анализа выразительных качеств плаката;
- сформировать представления об особенностях образных решений в плакате;
- ознакомиться с современным опытом и технологическими областями проектирования и производства плаката;
- развить навыки формальной композиции, освоить методы их применения в плакате;
- дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения в плакате;
- познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребления рекламы;
- познакомить с методиками поиска идей для креативной концепции плаката;

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина (ФТД.В.02) «Плакатная графика» относится к факультативным дисциплинам ОПОП. Изучение дисциплины предусмотрено в 6 семестре.

Входными знаниями умениями и компетенциями являются знания, умения и компетенции освоенные в рамках дисциплин: Информационные технологии, Технический рисунок в дизайне интерьера, Пропедевтика в дизайне интерьера, Проектная деятельность, Спецрисунок, История орнамента, История мебели, История и современные проблемы интерьера, Основы архитектуры, История ДПИ, Педагогика художественного творчества

Освоение дисциплины ведется параллельно с дисциплинами: Проектирование в дизайне интерьера, Основы производственного мастерства, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Макетирование в дизайне интерьера, Спецживопись

Дисциплина «Плакатная графика» является предшествующей для следующих дисциплин ОПОП: Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК - 4Способность применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании	Знать: современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии; Уметь: применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании; Владеть: современной шрифтовой культурой и компьютерными технологиями, применяемыми в дизайн-проектировании
ПК - 1Способность владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями	Знать: основные приемы проектной графики; фундаментальные законы рисунка, колористики и применение их в проектировании коммуникативно-средовых объектов с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта; Уметь: применять навыки линейно-конструктивного построения на всех этапах проектной деятельности; применять приемы проектной графики для выполнения проектных эскизов, формализации и визуализации проектной концепции, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями; компоновать графическую проектную подачу; Владеть: рисунком, как средством передачи художественного замысла; организацией проектного материала для передачи дизайнерского замысла; спектром приемов рисунка для выполнения плоскостного проекционного и объемно-пространственного представления проектных эскизов, различными техниками ручной подачи проекта
ПК- 2Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Знать: способы предложения проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; Уметь: обосновать свои предложения при разработке проектной идеи; Владеть: концептуальным, творческим подходом к решению дизайнерской задачи

### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

#### 4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	*	*
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	72	72	-	-
Аудиторные занятия: лекции	72 Не предусмотрено УП	72 -	- -	- -
семинары и практические занятия	72	72	-	-
лабораторные работы, практикумы	Не предусмотрено УП	-	-	-
Самостоятельная работа	Не предусмотрено УП	-	-	-
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	Устный опрос, Учебно-творческие работы	Устный опрос, Учебно-творческие работы	-	-
Курсовая работа	Не предусмотрено УП	Не предусмотрено УП	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72	-	-

#### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очно-заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке</b>							

Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-творческая работа
1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды	8	-	8	-	-	-	Устный опрос
1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-творческая работа
<b>Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры</b>							
2.1. Плакат как канал социокультурной коммуникации	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-творческая работа
2.2. Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы	8	-	8	-	-	-	Устный опрос
<b>Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования</b>							
3.1. Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-творческая работа
3.2. Технологические инновации в	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

проектировании и экспонировании плакатов на современном этапе							творческая работа
3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката	8	-	8	-	-	-	Устный опрос, Учебно-творческая работа
3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений	8	-	8	-	-	-	Устный опрос
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке


#### 1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века

Плакат – традиционный жанр графического дизайна, решающий коммуникативные задачи в современном обществе. Эволюции терминов «плакат», «постер», «принт». Период формирования плаката как средства графической коммуникации в период со второй половины XIX в. до начала XX в. История плаката в контексте основных тенденций, развитие под влиянием искусства, актуального в соответствующий период времени. Родина плаката - Франция. Достижения первых мастеров-функционалистов. Новые тенденции развития плаката были заложены П. Беренсом. Кульминация функционального понимания плакатной формы относится к деятельности мастеров школы Баухауз. В ней были разработаны основы нового визуального языка, составившие фундамент для развития современного европейского плаката.

Дальнейшее развитие полиграфических технологий и фототехники. Фотомонтаж и коллаж с использованием геометрически выверенных визуальных конструкций стали использоваться в создании плаката так же, как и традиционные живописные и графические художественные средства.

Благодаря распространению офсетной печати во второй половине XX в., плакат издается огромными тиражами и становится одним из самых популярных видов графического искусства, организуются международные конкурсы и выставки плаката. В среде профессионалов осознается специфика образного языка этого вида творчества, для которого характерными являются строгий отбор выразительных средств, синтез вербального и визуального начал в раскрытии содержания.

Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

В плакате отражается дух времени, также как в произведении искусства. Именно в плакате наиболее явно видна взаимосвязь живописи, графики, фотографии и типографики, возможно, поэтому плакат рассматривается некоторыми исследователями как вид изобразительного искусства. Особенно близок к искусству авторский плакат, который служит в первую очередь личному самовыражению мастера.

## **1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды**

Благодаря конкурсам и выставкам, среди которых самой значительной была Международная биеннале плаката в Варшаве, стало более заметным своеобразие национальных школ, среди них многие исследователи выделяют французскую, польскую и швейцарскую. Во второй половине XX в. постепенно формируется интернациональный визуально-графический язык.

В разнообразных по тематическому содержанию произведениях плакатной графики определяются два полюса: шрифтовой плакат и образный плакат, а между ними всё многообразие плакатных композиций. Плакат в качестве средства графической коммуникации проник во все сферы общественной жизни. Тематическое содержание плакатов можно условно разделить на три группы: 1. Идеология и политика; 2. Культура и искусство, образование и наука; 3. Промышленное производство и потребление.

## **1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков**

В разных странах Европы в связи с использованием различных типографских систем измерения для печатания плакатов использовались разные форматы бумаги, на них устанавливались национальные стандарты. Гармоничные отношения сторон плакатного листа влияют на гармонию композиции, создаваемую дизайнером: одним из самых распространенных форматов является формат с отношением сторон 2 : 3. Плакатный лист любого формата требует надежного материального основания для своей экспозиции.

Носители рекламной информации в урбанистической среде Европы прошли долгий путь развития. В конце XIX – первой половине XX вв. это были плоские щиты или цилиндрические тумбы, на которые наклеивались плакатные листы. Щиты для расклейки плакатов иногда крепились к стенам жилых зданий или других сооружений, это были и отдельно стоящие щиты для наклейки нескольких плакатов разной тематики, подобные рекламные носители используются и в настоящее время.

В 1972 г. во Франции появилась первая уличная информационная панель с подсветкой, а через год была основана фирма по производству и эксплуатации установок для наружной рекламы. От рекламного носителя во многом зависит визуальное восприятие сообщения. Специфика визуального и вербального высказывания в плакате определяется основной функцией плаката – коммуникативной функцией, и порождается требованиями эффективной графической коммуникации в условиях современной урбанистической среды, характеризующейся кратчайшим временем, необходимым для восприятия, усвоения и запоминания информации.

## **Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры**

### **2.1. Плакат как канал социокультурной коммуникации**

Известно, что массовая культура формируется в урбанистической среде под влиянием СМИ. Жители больших городов часто ощущают враждебность окружающей среды — урбанизм способствует интенсивному развитию множества субкультур со своей поэзией, модой в одежде, музыкой и графикой. Граффити — одна из наиболее ярких визуальных составляющих. Как способ общения, она сохраняет на протяжении десятков лет свою самобытность и имеет множество стилевых направлений, оказывая влияние на дизайн одежды и графику. Современный плакат во всех своих проявлениях — информационный элемент городской среды.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Экспрессивная «уличная каллиграфия», изображения характерных персонажей, нарисованных будто бы неумелой рукой — создают особый дух неформального общения, привычного для представителей субкультурных сообществ. Создание таких шрифтовых элементов требует от дизайнера высокой графической культуры и особенного профессионального мастерства, ведь хорошо известно — чтобы нарушать правила, надо их знать. Для решения сложных коммуникативных задач дизайнер должен понимать, что массовая культура — это игра стереотипами массового сознания, стереотипами знаковых систем, и плакат участвует в этом процессе. Язык современного плаката понятен людям разных этнокультурных сообществ, плакат — важное звено интернациональной и межкультурной коммуникации в условиях урбанистической среды.

## **2.2. Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы**

Традиционная плакатная форма под натиском Интернет-рекламы и динамичных телевизионных рекламных роликов претерпевает существенные изменения — дизайнеры активно ищут инновационные художественные приемы и решения.

Один и тот же яркий плакатный образ с вариациями цвета и графических элементов может использоваться не только в плакатах традиционного размера, но и на самых разных крупноформатных носителях наружной рекламы, кроме этого — на футболках, рекламных пакетах, маленьких наклейках, рекламных открытках и других «малых носителях» рекламной информации, а также на рекламных баннерах в виртуальной среде, что оказывает более сильное воздействие на потребителя, делая процесс коммуникации более многоплановым и эффективным.

## **Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования**

### **3.1. Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде**

Сегодня электронные носители, цифровые медиа и Интернет стали реальностью нашей жизни. Канадский ученый М. Маклюэн обобщил все одной фразой, ставшей афоризмом: «Медиа — это и есть информация». Основная идея этого высказывания заключается в следующем: если проследить всю долгую историю человечества, то окажется, что настоящую ценность будет иметь не столько та информация, которая передавалась в разные эпохи, но в большей степени те способы и инструменты, при помощи которых эта информация передавалась, а также потенциал для создания новых способов передачи.

Цель активно развивающихся Интернет-технологий и вебдизайна соотносится с главной целью плакатного искусства, это — графическая коммуникация и общение. Возможно поэтому прослеживается влияние традиций плаката на выразительные средства рекламных сообщений в электронной среде. Одновременно с появлением Интернета, который делается все более доступным, появилась и Интернет-реклама в виртуальной среде, не имеющей географических границ. Это событие обычно относят к 1994 г., когда пользователи увидели первый рекламный баннер — интерактивную зону на веб-странице.

Выразительная плакатная форма с успехом используется в Интернет-рекламе: образность, яркость, шрифтовая графика и визуальная конструкция, дополненные динамикой, привлекают внимание пользователя к баннеру и побуждают к действию.

Сегодня все чаще применяется рекламный ход с использованием одного визуального высказывания на разных рекламных носителях: и на плакатах, и на баннерах, поэтому можно говорить о взаимодействии традиционных средств рекламы (плакат) и средств Интернет-рекламы (баннер).

### **3.2. Технологические инновации в проектировании и экспонировании плакатов на современном этапе**



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Известный экономист Г. Саймон в своих исследованиях пришел к важному выводу, что в наше время особую ценность имеет внимание человека, а не сама информация.

Именно человеческое внимание является наибольшей ценностью для рекламистов и рекламодателей. В наше время информационный взрыв, развитие информационных технологий и электронных СМИ (телевидение и др.) ведут к увеличению количества рекламной продукции и печатной рекламы, в том числе плакатов.

Компьютерные технологии распространились на самые различные сферы деятельности общества, особенно их влияние ощущается в полиграфии. Для дизайнера-графика персональный компьютер — универсальный инструмент.

Плакатная форма эволюционирует не только под влиянием электронных средств массовой информации, но и под влиянием новейших технологий, участвующих в создании плаката. В связи с этим мы можем расширительно использовать термин «плакат», обозначая им инновационные формы носителей рекламной информации в реальной (а не в виртуальной) среде, обладающих эффективным коммуникативным воздействием.

### **3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката**

Специфика визуального и вербального высказывания в плакате порождается требованиями эффективной графической коммуникации и характеризуется кратчайшим временем, необходимым для восприятия, усвоения и запоминания информации. В плакате вербальная составляющая не менее важна, чем визуальная, разные уровни восприятия знаков требуют учета различных визуальных факторов для передачи различных видов информации — еще на стадии творческого замысла необходимо учитывать точку остановки глаза в процессе визуального восприятия важных элементов сообщения, которые необходимо располагать в зоне повышенного внимания, — необходимо выбрать оптимальное место для достижения максимального эффекта. Психология визуального восприятия развивалась на протяжении прошлого века и дала дизайнерам прочное основание для профессиональной деятельности.

Одним из новых методов является метод визуального высказывания, названный нами методом суггестивной визуализации. В отличие от плакатов, привлекающих внимание к содержанию способами, ставшими традиционными, чаще обращенными к человеческим чувствам, плакат, созданный методом суггестивной визуализации, является как бы интеллектуальным ребусом, головоломкой, которую надо разгадать. После разгадки такого ребуса остаются глубокие впечатления, так как зритель, имея врожденный инстинкт познания мира, был участником процесса восприятия и запоминания информации в соответствии со сценарием, «написанным» дизайнером.

Другая тенденция в решении профессиональных проблем, связанных с привлечением внимания к плакату, наметившаяся в последние годы в дизайн-практике — уход от шаблонов компьютерной графики, ностальгия по легкому рисунку пером, каллиграфии, использованию старых шрифтовых форм и даже возврат к почти забытой иллюстративности, которые приносят в плакат душевную ноту и этим привлекают внимание и запоминаются.

### **3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений**

В современном искусстве плаката отражается все многообразие художественных концепций, развивающихся в контексте культуры постмодерна. Новая волна графического дизайна, зародившаяся в Швейцарии в начале 1970-х гг., интенсивно развивалась на протяжении двух десятилетий. В это время произошли коренные перемены в творческом сознании мастеров, был значительно обогащен их творческий инструментарий,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

расширены представления о новых технологиях и медиа-инструментах. Работы этого периода характеризуется «слоистой» образностью, эффектами коллажа, метафоричностью, а также ассимиляцией образов повседневной массовой культуры.

В современном плакате шкала выразительных средств очень велика: неординарные сочетания и точный отбор графических элементов, игры с пространством и визуальный радикализм, выражение актуального содержания с максимальным эффектом, использование стереотипных графических знаков для передачи новых смыслов, фотоизображения и визуальные символы в многоплановых сложных композициях, декоративный рисунок в сочетании с векторной графикой, оптические эффекты и авторский образный шрифт. Произведения, созданные за последние два десятилетия, принадлежат эпохе технологического прорыва. Применительно к этим плакатам привычные обобщения и классификации оказываются малоэффективными, исследователь сталкивается с определенными затруднениями в связи с отсутствием устоявшегося словаря критических терминов и понятий. Язык плаката понятен людям разных этнокультурных традиций, плакат служит важным звеном в интернациональной межкультурной коммуникации.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке**

#### **1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века**

Занятия 1-2 Форма проведения – семинар

Занятия 3-4 Форма проведения практическое занятие

##### **Вопросы к теме:**

1. Творчество А.Мухи, Э. Грассе, Ж. Шере, А. Тулуз-Лотрека, Т. Стейнлена.
2. Творчество мастеров Баухауза: Вальтер Гропиус, Герберт Байер, Ласло Мохой-Надь, Оскар Шлеммер, Петер Беренс.
3. Выполнение копии плаката одного из мастеров прошлого

#### **1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды**

Занятия 5-8 Форма проведения – семинар

##### **Вопросы к теме:**

1. Условия формирования польской школы плаката. Особенности выразительного языка. Генрих Томашевский, Ян Леница, Франциск Старовецкий, Виктор Садовский
2. Характерные черты типографики швейцарской школы: Йозеф Мюллер-Брокман. Эрнст Келлер, Макс Билл, Тео Бальмер
3. Эмиль Рудер. Вклад в типографику и графический дизайн.
4. Японская школа плаката. Особенности визуальной коммуникации, отличие от западных школ. Икко Танака, Казумаса Нагаи, Юсаку Камекура, Шигео (Сигэо) Фукуда

#### **1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков**

Занятия 9-12 Форма проведения – практическое занятие

##### **Вопросы к теме:**

1. Основные требования к содержанию плаката
2. Требования к тексту плаката
3. Требования к композиции плаката

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. Требования к изображению плаката
5. Требования к образу
6. Требования к шрифту плаката
7. Цветовое решение плаката
8. Понятие и функции слогана.
9. Методика написания слоганов.
10. Слоганы в практике рекламной деятельности
11. Создание серии театральных афиш

## **Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры**

### **2.1 Плакат как канал социокультурной коммуникации**

Занятия 13-16 Форма проведения – практическое занятие

#### **Вопросы к теме:**

1. Актуальность сообщения
2. Адресность
3. Выраженность основной идеи
4. Убедительность содержания
5. Доходчивость формы изложения
6. Выразительность формы изложения и изображения
7. Современность и профессиональность образного решения
8. Оригинальность решения темы
9. Наглядность знаковых элементов
10. Создание социального плаката актуальной тематики

### **2.2 Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы**

Занятия 17-20 Форма проведения – семинар

#### **Вопросы к теме:**

1. Определение целей коммуникации.
2. Постановка общих и частных целей коммуникации.
3. Эффекты коммуникации как ответная реакция потребителя.
4. Понятия креатив и креативность.
5. Виды креатива и гениальная творческая идея.
6. Анализ проблематики рекламного творчества.
7. Бриф и перечень основных элементов, входящих в него.

## **Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования**

### **3.1 Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде**

Занятия 21-22 Форма проведения – семинар

Занятия 23-24 форма проведения – практическое занятие

#### **Вопросы к теме:**

1. Создание телевизионной рекламы и кинорекламы.
2. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
3. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений
4. Просмотр рекламных роликов Международного фестиваля рекламы «Каннские львы».
5. Создание эскиза баннера на сайт

### **3.2 Технологические инновации в проектировании и экспонировании плакатов на современном этапе**

Занятия 25-28 Форма проведения – практическое занятие

Адаптация визуального высказывания к разным рекламным носителям:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. Биллборд (3 x 6);
2. Призмавижн;
3. Рекламные тумбы;
4. Реклама на остановочных комплексах;
5. Световые короба на опорах контактной сети;
6. Крышные установки;
7. Брандмауэр;
8. Электронный экран;
9. Реклама на транспорте;
10. Растяжки (транспаранты);
11. Оригинальные конструкции, вывески;
12. Суперсайты

### **3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката**

Занятия 29-30 Форма проведения – семинар

Занятия 31-32 Форма проведения – практическое занятие

#### **Вопросы к теме:**

1. Реклама и искусство.
2. Креатив и роль крейтора в рекламном творчестве.
3. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.
4. Творческая стратегия рекламы и ее компоненты.
5. Нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения.
6. Юмор в рекламе и активизация позитивных эмоций у потребителя.
7. Теория и практика фоторекламы.
8. Создание плаката применением возможностей фотографии

### **3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений**

Занятия 33-36 Форма проведения – семинар

#### **Вопросы к теме:**

1. Творчество художников: Ф. Апелуог, К. Виндлин, М. Вудтли, К. Заск, М. Имбоден, Ж.-Б. Леви, А. Ленц, С. Скотт, Л. Сонноли, Н. Трокслер, Р. Шрайфогель.

### **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП

### **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

#### **Темы учебно-творческих работ:**

1. Выполнение копии плаката одного из мастеров прошлого
2. Создание серии театральных афиш
3. Создание социального плаката актуальной тематики
4. Создание эскиза баннера на сайт
5. Адаптация визуального высказывания к разным рекламным носителям
6. Создание плаката применением возможностей фотографии

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)**

Формой зачета по дисциплине «Плакатная графика» является просмотр учебно-творческих работ на семестровых выставках. Зачетный просмотр осуществляется преподавателями кафедры. Практические задания, выполняемые в течение семестра,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

рассматриваются в качестве итоговых результатов, засчитываются, как общий результат (экзаменационная оценка/зачет) и выставляются в ведомость одним из преподавателей, ведущим дисциплину. Форма проведения – экспозиция (выставка), в рамках которой студент представляет все оформленные работы, выполненные им в различных материалах и техниках за учебный семестр. Коллектив преподавателей кафедры обсуждают выставленные работы, оценивают, выносят необходимые рекомендации по совершенствованию учебного процесса. Оформление и подача работ, участие в обсуждениях – эффективный инструмент подготовки студентов к практической профессиональной деятельности.

*Цель просмотра:* эффективный обмен методическим и творческим опытом между студентами и преподавателями.

*Задачи:* оценка представленных учебно-творческих работ; обсуждение качества выполнения заданий и их соответствие программным установкам и требованиям на каждом этапе обучения; отбор работ для комплектования методического фонда кафедры и участия в предстоящих выставках, конкурсах; подготовка рекомендаций о корректировке учебного процесса на основе анализа представленных работ, включая методические рекомендации.

Организация и проведение просмотра осуществляется выпускающей кафедрой. Форма проведения требует времени на оформление и развеску работ, которые рекомендуется проводить вечером накануне просмотра. При необходимости конкретные места развески работ согласуются с кураторами групп, а оформление работ – с преподавателями, ведущими в группах соответствующие дисциплины. Работы студентов не оформленные, не представленные в срок или представленные не в полном объеме – не могут получить положительную оценку. По окончании просмотра до сведения студентов доводятся его результаты, фиксируемые одновременно в экзаменационной или зачетной ведомостях.

## **10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Данный вид работы не предусмотрен УП

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11142-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456768>
2. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html>

#### дополнительная

1. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — ISBN 978-5-7782-2192-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44764.html>
2. Гражданская война в образах визуальной пропаганды : словарь-справочник / отв. ред. Е. А. Орех; С.-Петерб. гос. ун-т. - Санкт-Петербург : Скифия-принт, 2018. - 175 с. : ил. - (Гражданская война в России). - ISBN 978-5-98620-332-4 (в пер.).
3. "Пятнами красок, звоном лозунгов...". Книжно-плакатное творчество Маяковского : сб. ст. / сост. В. Н. Терехина ; ИМЛИ РАН им. А.М. Горького. - Москва ; Санкт-Петербург : Нестор-История, 2016. - Прил.: Докум. описание "Окон РОСТА", с. 287-399. - ISBN 978-5-4469-0829-2 (В пер.).

#### учебно-методическая

1. Рощупкин А. И. Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям и организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Плакатная графика» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» профиль «Дизайн графический» всех форм обучения / А. И. Рощупкин; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 268 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/9059>

Согласовано:

Главный библиотекарь ООП / Шмакова И.А.

Должность сотрудника библиотеки

ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## б) Программное обеспечение

стандартное

CorelDraw

AdobePhotoshop

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: [http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch\\_kit/x2019-128.html](http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.htmlhttps://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва :КонсультантПлюс, [2020].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.htmlhttps://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMARTImagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст :электронный.

Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистр. пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам.начальника / Клочкова А.В. / 17.06.2020г.  
Должность сотрудника УИТиТФИБ подпись дата



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения практических занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*).

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

*Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».*

Учебная аудитория №525 для проведения занятий курсового проектирования, семинарского и практического типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного обеспечения тематических иллюстраций в соответствии с рабочей программой дисциплины) <i>Технические средства:</i> Доска аудиторная Мебель на 18 посадочных мест Стенды Плакаты Площадь 31,99 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 3)  Помещение № 54
Учебная аудитория №528 для проведения занятий курсового проектирования, семинарского и практического типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного обеспечения тематических иллюстраций в соответствии с рабочей программой дисциплины) <i>Технические средства:</i> Оборудование для изготовления линогравюры Доска аудиторная Мебель на 18 посадочных мест Стенды Плакаты Площадь 29,53 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 3)  Помещение № 43
Учебная аудитория №520 для проведения самостоятельных занятий курсового проектирования, семинарского и практического типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного обеспечения тематических иллюстраций в соответствии с рабочей программой дисциплины) <i>Технические средства:</i> Доска аудиторная Мебель на 30 посадочных мест Стенды Плакаты Площадь 45,11 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 3)  Помещение № 39
Учебная аудитория № 230 для самостоятельной работы студентов, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Компьютерный класс укомплектованный специализированной мебелью на 32 посадочных места и техническими средствами обучения (16 персональных компьютера) с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Площадь 93,51 кв.м.	д. 106 (корпус 1) Помещение № 114
Читальный зал научной библиотеки (аудитория 237) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 80 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС, экраном и проектором. Площадь 220,39 кв.м	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1)  Помещение № 125

### 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик   
подпись

доцент  
должность

Рошупкин А.И.  
ФИО

Разработчик   
подпись

доцент  
должность

Панова А.В.  
ФИО